Los centros de interpretación como herramientas de conservación y de desarrollo

Claudio Bertonatti, Óscar Iriani y Luis Castelli
Buenos Aires
claudiobertonatti@yahoo.com

Un centro de interpretación es una exhibición en torno a un guión de tipo museográfico (con intencionalidad pedagógica), que conecta intelectual y emocionalmente al visitante con el patrimonio, estimulando su interés para comprometerlo con su conservación o cuidado. Dicho de otro modo, se busca influir en la conducta del visitante. Y todo esto, en su tiempo libre (que es breve), aceptando que se trata de un público no cautivo, y aprovechando la ocasión en que mantendrá contacto directo con el patrimonio. Se apunta a que el visitante tenga el más alto nivel de satisfacción dentro de las pautas que aseguran la conservación del patrimonio. Para ello se necesita integrar contenidos de forma recreativa con contenidos educativos.

Además, puede resultar útil para desarrollar otras funciones (véase Tabla 1). Por eso, su ubicación suele preceder a los sitios o bienes del patrimonio, recibiendo a los visitantes, ordenando su flujo, brindándoles una visión de conjunto, explicando de un modo breve y atractivo (en lo posible, interactivo) su relato, portando un mensaje, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias de la interpretación del patrimonio (Tilden 1957 y 2006, Ham 1992, Morales Miranda 1992 y 1998).

Estas funciones y acciones explican el por qué estos centros suelen estar emplazados, normalmente, en la entrada del sitio o al inicio de su recorrido, dado que presenta una síntesis de los bienes culturales o naturales que se conservan o presentan (reservas naturales, museos, jardines botánicos, acuarios, zoológicos, sitios arqueológicos, etc.). En los centros de interpretación los visitantes tienen oportunidad de recibir información significativa y experimentar vivencias con relación a los bienes del lugar.

Tabla 1: Funciones y acciones de un centro de interpretación.

Funciones	Acciones asociadas
Dar la bienvenida	Explicitándola (de modo personalizado o no personalizado). Permitiendo que el visitante se sienta esperado al llegar al lugar. Facilitando que el personal se presente ante los visitantes. Reproduciendo sonidos o música propia del lugar (animación) para predisponer, distender e insinuar o introducir en el tópico del centro.
Orientar y atender al visitante	Mencionando la importancia del sitio (por su valor o singularidad) y jerarquizando la oportunidad que reviste su visita. Al inicio de la recorrida, orientarlo con un mapa que señale los atractivos más importantes para que sepa dónde se encuentran y a qué distancia. Anticipando el menú de actividades que puede escoger en lo que dure su visita al sitio (audiovisuales, senderos, visitas guiadas, etc.). Explicando qué servicios se brindan, en qué lugares y horarios. Señalando con carteles o paneles el lugar donde se encuentra en ese momento (en lo posible, con mención a las distancias y niveles de dificultad). Contestando las preguntas más frecuentes. Ofreciendo la posibilidad de consultar o adquirir bibliografía, recuerdos y artesanías.
¡Interpretar el patrimonio!	Presentando -a través de una exhibición- un guión (con un principio, un desarrollo y un final) que comunica un mensaje en torno a la valoración y conservación del patrimonio. Aplicando sus principios, cualidades y estrategias a lo largo de ese guión y de los demás medios interpretativos con los que se complementa (visitas guiadas, impresos, audiovisuales, etc.). Comentando el valor del sitio o sus bienes para la sociedad. Explicando las razones de su cuidado o protección. Estimulando buenas prácticas y conductas con el patrimonio y la comunidad local.

Ajustar el manejo turístico	Desarrollando actividades acordes con la capacidad de carga de cada atractivo. Promoviendo beneficios económicos para un número mayor de lugares y personas. Alentando la compra-venta de artesanías y recuerdos auténticos, enraizados con el patrimonio y con la comunidad local. Tomando ideas, sugerencias o críticas de los visitantes. Esclareciendo el perfil de los visitantes (mediante encuestas, por ejemplo) y segmentando el mercado turístico, lo que se traduce en una oferta más eficiente. Ofreciendo actividades "a medida" del interés de los mismos. Evaluando los resultados recreativos, educativos y de conservación (con encuesta, observación directa u otro método).
Dar la despedida	De un modo cálido y alentando al visitante a retornar y a recorrer también los sitios vecinos del patrimonio.

La dilatada experiencia desarrollada, sobre todo en el mundo anglosajón, ratifica el "considerar a la interpretación como la forma más eficaz a la hora de aproximarse al legado de los espacios naturales protegidos" (Salas Rojas 2008: 12).

Algunos desafíos en torno a los centros interpretación

1. En la mayoría de los casos, no surgen de una planificación interpretativa. Más bien, son concebidos como un "producto" en sí mismo, respondiendo a una oportunidad, que puede ser turística (para captar más visitantes), financiero (se dispone de fondos para ello), económico (es buen negocio), políticos (los funcionarios quieren inaugurarlo para capitalizarlo electoralmente) u otros, como el manejo o descongestión de la capacidad de carga.

El desafío: aprovechar todas esas y otras oportunidades, pero de un modo planificado. Con esto, casi seguro, se resuelve el dilema y se potencian las ganancias económicas, culturales y de conservación del patrimonio.

2. Cuando se decide la construcción de **un centro interpretativo casi nunca se piensa en su intensidad de uso, desgaste, mantenimiento y reposición de materiales**. Tampoco, para sostener personal estable que asegure su correcto funcionamiento. Se genera infraestructura con apoyaturas distintas y se corre el riesgo que –con el paso del tiempo- se vayan deteriorando sin que se haya pensado en los recursos para sostener su excelencia.

El desafío: elegir materiales resistentes al uso, el vandalismo, clima y otros factores de deterioro al momento de montar el centro. Planificar y presupuestar los costes de mantenimiento durante los primeros años. Capacitar al personal que estará a cargo del sitio.

3. Para **la mayoría de las autoridades y de los empresarios del turismo los centros de interpretación sólo "sirven" para constituirse en nuevos atractivos turísticos** y no en soportes al servicio de la conservación del patrimonio natural y cultural desde la comunicación.

El desafío: no perder de vista que los centros interpretativos tienen su razón de ser en la conservación del patrimonio y no en el negocio turístico, más allá que puedan hacerse ambas cosas a la vez.

4. Si el centro de interpretación no está planificado o bien pensado puede fagocitar o "devorar" al patrimonio sobre el cual versa. Deberá luchar contra su ego.

El desafío: tener en claro que un centro interpretativo sirve para poner en valor al patrimonio y no a sí mismo. Por lo tanto, su infraestructura debe enmascararse en el paisaje, pasando desapercibida o bien integrándose en estilo arquitectónico y natural coherentes con su entorno. Un centro interpretativo nunca debe competir con el bien al que se lo dedica, porque si eso sucede se convertirá en el principal atractivo, diluyendo el interés por conservar el patrimonio (Fernández Balboa y Bertonatti 2006).

5. Un centro interpretativo debe articularse con otros recursos o medios de la interpretación (personalizados y no personalizados).

El desafío: al momento de planificar, pensar en los objetivos que se pretenden alcanzar y los medios interpretativos más convenientes para ello (folletos, audiovisuales, visitas guiadas, paneles, murales, carteles, senderos autoguiados, etc.).

¿Por dónde empezar?

El punteo que sigue no pretende ser una receta, sino una enunciación de algunos pasos deseables de dar al momento de concebir y encarar un centro interpretativo:

- Partir de un plan de interpretación, desde el cual emerja la necesidad de contar con un centro de este tipo.
- Redactar el proyecto.
- Buscar fuentes de financiación.
- Firmar un acuerdo con los donantes. Es recomendable que ellos visiten el área de acción del proyecto (para percibir "un antes y un después").
- Lograr la aceptación y el apoyo de las autoridades locales. Evaluar la firma de un convenio de cooperación con ellas.
- Identificar un lugar físico donde realizar el centro. Si fuera necesario, firmar un acuerdo para formalizarlo.
- Recopilar la información histórica, antropológica, arqueológica, paleontológica, ecológica, biológica, folklórica o la de la temática que incumbiera, tanto publicada como inédita. Entrevistar o consultar a especialistas o referentes en esas materias (particularmente, los locales).
- Hacer un sondeo de opinión sobre tópicos, temas o mensajes que el guión del centro debería adoptar.
- Definir los macrotemas y mensajes.
- Redactar un primer borrador de guión de tipo museológico.
- Enviar ese borrador a los especialistas o autoridades que se consideren claves para recibir sus aportes, críticas, observaciones o correcciones con “idas y vueltas” que pueden ser intensas y durar un par de meses.
- Adaptar ese guión museológico a uno museográfico. Es decir, adecuar la historia que se quiere contar al edificio para expresar una exhibición interpretativa. En esta etapa se puede partir de una “tormenta de ideas” por parte del equipo de trabajo para identificar o ratificar las piezas y apoyaturas que formarán parte de la puesta en escena del guión.
- Realizar bocetos y borradores de planos arquitectónicos sobre la exhibición a montar en cada sala (existen programas informáticos afines al diseño y la arquitectura que permiten mostrar el centro virtualmente).
- Revisar la circulación del flujo de visitantes y evaluar la capacidad de carga.
- Organizar la búsqueda de insumos o materiales para la exhibición (considerando el presupuesto pautado):
  a) imágenes: desde fotografías antiguas y actuales hasta ilustraciones (documentales o artísticas), mediante acuerdos, donaciones, elaboración propia o contratación de profesionales.
  b) réplicas, calcos, reconstrucciones u otras apoyaturas inspiradas en piezas, bienes o restos originales de la región.
- Diseñar gráficamente las piezas de comunicación que lleva también ajustes, revisiones y correcciones constantes, casi hasta último momento.
- Traducir la exhibición a planos arquitectónicos. No sólo es importante para ordenar y presentar el centro a los distintos actores, sino para orientar al personal encargado del montaje (carpinteros, electricistas, iluminadores, etc.).
- Presentar la propuesta a las autoridades y referentes locales. En comunidades pequeñas, se recomienda una presentación pública de la misma para alinear intereses y anhelos por parte de los pobladores locales. Esto representa una validación, a veces, ineludible y siempre deseable.
- Acondicionar el edificio, construir las estructuras de las grandes apoyaturas y empezar el montaje de la exhibición (con carpinteros, herreros, albañiles y pintores) que enmarcan la circulación del visitante dentro de las salas y sobre los cuales se ubican las diferentes apoyaturas una vez acondicionados para ello.
- Cuando esas estructuras estén ya listas, con las medidas definitivas y exactas, recién imprimir los paneles, con las revisiones y ajustes de tamaños que esta parte del proceso implica.
- Montar la exhibición.
- Organizar los preparativos para la inauguración (invitaciones, folletos, presentaciones o palabras a pronunciar para la ocasión, etc.).
- Inauguración.

Recordemos que -a diferencia de los museos- no se necesita contar con piezas o bienes originales porque la misión de un Centro de Interpretación no es la adquirirlos, estudiarlos ni conservarlos allí, sino comunicarlos para su cuidado *in situ*, admirando su belleza o singularidad, desde la cual se activan emociones y reflexiones como atajo a la toma de conciencia sobre el cuidado de nuestra herencia. Tal como lo señaló “el padre” de la disciplina en su obra referencial (Tilden 2006: 170) *“No debemos dejar que decaiga el llamamiento al renacer del aprecio por la Belleza, en su aspecto abstracto y concreto. Es muy importante para nuestro desarrollo moral; es un*

programa educativo. Quizás sea más cierto decir que se trata de un programa de reeducación ya que siempre hemos sabido, en nuestros más recónditos adentros, que dependemos de la Belleza para obtener el coraje suficiente para afrontar los problemas de la vida. En su momento lo olvidamos. Una obligación del intérprete es ejercitar nuestras memorias". En nuestra opinión "pascaliana" es tan importante apelar a las razones del corazón como las de la cabeza para que un proyecto interpretativo sea sólido.

Medios al servicio del patrimonio y del desarrollo local

Un aspecto no menor es que todo centro interpretativo –si bien puede seducir- no debe competir ni sustituir a los verdaderos atractivos que se ocupa de presentar: el paisaje, su naturaleza y la cultura (ancestral o actual) de la comunidad local. Debe actuar como un "disparador" que motive una mejor apreciación, conocimiento y cuidado del patrimonio *in situ*. Sería un grave error varar la atención en la presentación interpretativa. Por eso, insistimos en recordar que la intencionalidad de la interpretación es pedagógica y que la misma apunta a cambiar o mejorar actitudes en relación con el cuidado del patrimonio natural y cultural en ocasión de la visita. El reconocimiento de esta intencionalidad es fundamental para no transformar los centros de interpretación en atractivos en sí mismos como lo son los parques temáticos, disociados de los sitios del patrimonio. Si esto sucediera inmediatamente dejarían de ser centros interpretativos, dado que ya no estarán al servicio de la conservación del patrimonio. En definitiva los centros no constituyen un fin en sí mismos, sino un medio al servicio del patrimonio y también del desarrollo local.

Esto obliga a los centros interpretativos a articularse no sólo con los verdaderos atractivos, sino también con los servicios disponibles para el turista (folletos, oficinas de información, visitas guiadas, hospedajes, transportes, etc.). Es importante, entonces, considerar estos aspectos para mejorar la calidad de la estadía y el nivel de satisfacción del visitante. Para ello, los sitios del patrimonio deben contar con medios de comunicación que los pongan en valor (folletos, carteles, senderos, visitas guiadas, etc.), que promuevan su visita y especialmente su conservación y cuidado.

Para que esta articulación sea coherente, sin superposición de esfuerzos ni competencias entre los actores surge siempre la necesidad de una planificación del desarrollo turístico o, al menos, interpretativa, para tener una visión organizada a futuro. Si esto no sucede, el desarrollo responderá sólo a los pulsos de entusiasmo o al oportunismo turístico (atraer más turistas), financiero (disponer de más fondos), económico (potenciar los negocios) u otro, como el manejo o descongestión de la capacidad de carga. El desafío es aprovechar todas las oportunidades, pero planificando y evitando, minimizando o compensando los impactos no deseados del turismo. Esta es una forma pragmática de enfrentar los desafíos del desarrollo buscando la compatibilidad entre la generación de recursos económicos y la conservación del patrimonio. Consideramos que este anhelo no rivaliza con el ánimo de lucro de los operadores turísticos o del Estado. Todo lo contrario: cuanto más se invierta en comunicar el valor y la importancia de conocer de los sitios del patrimonio turístico, mayor debería ser la afluencia de visitantes. Mayor será el trabajo generado y el ingreso de ganancias a obtener. Mayor también debería ser la reinversión para cuidar el patrimonio que sostiene. Sólo así se puede construir una alianza sólida que permita desarrollar un turismo patrimonialmente sustentable, socialmente equitativo y económicamente viable. Aplicados estos criterios dejarán de ser una mera muletilla de conferencistas.

La interpretación se tiene que articular con el turismo

Sin embargo, esto que parece tan deseable no suele concretarse en el terreno práctico. Es difícil planificar un desarrollo turístico sostenible en un contexto regido por la combinación de las leyes de mercado, la precaria articulación de las oficinas gubernamentales, la escasa profesionalización de los operadores turísticos, su desvelo por obtener ganancias inmediatas y su casi inexistente compromiso por el cuidado del patrimonio. Estos factores son funcionales a una política turística más bien parasitaria del patrimonio: lo usufructúa, pero rara vez lo beneficia. Bastaría preguntar cuántas empresas turísticas tienen programas de Responsabilidad Social Empresaria o financian proyectos para su mejor cuidado. Esto favorece que el liderazgo en la conservación del patrimonio lo ejerzan más las organizaciones no gubernamentales (ONGs) que el Estado, lo cual es un error gravísimo, dado que es este último quien debería ejercerlo y marcar el rumbo. En este contexto, algunas ONGs como la Fundación Naturaleza para el Futuro (FuNaFu) buscan mejorar la gestión turística antes de que la improvisación termine por arruinar los sitios culturales o naturales más valiosos o mejor conservados.

Sucede que en no pocas ocasiones el turismo arriba antes que el sitio y la comunidad local estén preparados para ello, desencadenando una diversidad de impactos negativos que ni siquiera son evaluados, dado que no existe la cultura de realizar evaluaciones de impacto ambiental previas al desarrollo de un emprendimiento turístico. Sobran ejemplos en los que el Estado (municipal, provincial o nacional) realiza inversiones para promover el turismo y no para realizar estos estudios o capacitar a la comunidad para administrar los emprendimientos ordenadamente. Como el turismo surgió desde lo que podríamos llamar “amateurismo” cuesta mucho profesionalizarlo y trabajar desde una planificación de mediano o largo plazo.

Algunos de esos sitios tienen la capacidad de atraer turistas también hacia otros atractivos vecinos, ofreciendo la oportunidad de generar circuitos asociados. Pero esto no siempre es fácil porque a una escala local cada uno puede ser percibido como la competencia del otro, fomentando lo que biológicamente podría denominarse “competencia” y “canibalismo”, cuando en realidad podría promoverse una “simbiosis” que beneficie a las distintas partes involucradas. Cada sitio, emprendimiento o municipio fomenta “sus” atractivos, prácticamente ignorando u omitiendo las virtudes de los demás y con un agravante: solapan su oferta, generando una competencia que estimula una baja en su calidad y precio. Muchos sitios argentinos de actual o potencial valor turístico requieren de una mejor comunicación que permita darlos a conocer, valorarlos, posicionarlos en el mercado turístico y activar su desarrollo con igual esfuerzo que su protección.

Hay que apostar por la planificación

Lo deseable es que un centro interpretativo surja desde una necesidad local y de una planificación previa que lo contextualice y articule con otros medios de comunicación personalizados y no personalizados de la interpretación del patrimonio (Fernández Balboa 2007, Morales Miranda 1998: 140-161, Veverka 1998). Es la forma más eficaz para complementar y potenciar esfuerzos. De esta manera, podrá interactuar con visitas guiadas, folletos, carteles, portales en Internet, audiovisuales, etc., de un modo organizado y con mensajes complementarios dirigidos a los distintos públicos específicos (Bertonatti 2005: 3).

Aunque el contexto en el que se insertan estos centros no siempre es feliz, pueden actuar como factor aglutinante e inteligente, presentando una visión panorámica o del conjunto de sitios que constituyen los atractivos turísticos de una región. Permite brindar una perspectiva global, integradora de conceptos ordenados y contextualizados en tiempo y lugar. Además de presentar una introducción geográfica a la región, alienta a conocer o recorrer los sitios donde ahondar en intereses específicos, actuando como un canal de derivación del flujo turístico, despojado de intereses económicos mezquinos. Bien organizados, los visitantes podrán anticiparse a las singularidades de cada sitio para facilitar la elección y acceso hacia aquellos que representan los temas de su mayor interés.

Esta presentación integradora favorece la diversificación de la economía turística, con calidad y valor agregado. Los centros de interpretación plantean una nueva forma de visitar y conocer el lugar, generando oportunidades a las comunidades locales, donde el factor primordial es la capacitación que destaca la autenticidad de los servicios y productos. Por otro lado, bien gestionados pueden recoger información fidedigna sobre el perfil de los visitantes, sus preferencias, opiniones, gastos efectuados y calidad de la visita desde su punto de vista. Todos estos datos resultan imprescindibles para una planificación acertada y con visión de largo plazo.

La interpretación como prevención

Hablar de sitios del patrimonio en turismo implica reconocerlos como destinos. En ocasiones, masivos y con un interés “epidérmico” por parte de ese tipo de turistas, más afín a tomarse una foto emblemática o a comprar recuerdos vulgares que a consustanciarse con la identidad natural o cultural del lugar. Pero en otras ocasiones, también esos destinos atraen turistas respetuosos y con intereses diversos y profundos.

Los centros interpretativos no son capaces de resolver todos los problemas ni satisfacer todas las necesidades, pero presentan buenas oportunidades para dar mayor visibilidad a algunos destinos, promoverlos y seducir al visitante a prolongar su estadía en ellos. De algún modo también permiten prevenir o reducir el riesgo de la extrema “banalización” o la “turistificación” de un destino valioso para el turista cultural.

Surge como una clara necesidad de los destinos no sólo evaluar su capacidad de carga (física, prioritariamente), sino el respeto de la misma. Los centros interpretativos, en ese sentido, ofrecen la oportunidad de contribuir con el manejo del flujo turístico. De un modo dinámico, permiten desalentar los puntos donde esa capacidad de carga es superada y, por el contrario, alentar –con su oferta de

actividades- un mayor número de visitantes a aquellos puntos menos visitados. Como dijimos, los centros no resuelven todos los problemas pero pueden constituirse en herramientas útiles para aliviar muchos de los aquejan a los sitios del patrimonio y para potenciar algunas de las soluciones ya encaradas.

Para finalizar

Muchos sitios del patrimonio en áreas de interés turístico son objeto de aprovechamiento sin planificación y su “desarrollo” normalmente se restringe a permitir que los visitantes arriben, los recorran y se marchen con bajo nivel de contenidos y valoración, escasa modificación de conductas responsables y pobrísima reinversión en el cuidado de los sitios del patrimonio que sostienen la actividad turística.

En ese contexto, los centros de interpretación pueden complementar y potenciar los esfuerzos de un turismo sostenible y los de otras instituciones de conservación del patrimonio (parques nacionales y otras áreas protegidas, museos, zoológicos, jardines botánicos, estaciones de cría, centros culturales o artesanales, ONGs, etc.). En ocasiones, favoreciendo la integración entre las mismas cuando están distanciadas por razones “pueblerinas” o de competencia por espacios y recursos.

Si surgen como proyectos basados en necesidades emergentes y cuentan con el respaldo de las autoridades locales están dadas muchas de las condiciones básicas para que puedan constituirse en puntos de anclaje y mejora del manejo turístico. Y no solo ello, sino como centros de comunicación que permitan brindar un panorama amplio del patrimonio regional, contribuyendo a manejar el flujo de visitantes a un mayor número de sitios, durante más tiempo de estadía y beneficiando a un número creciente de instituciones y personas. Cabría sumar el anhelo que el Estado, las empresas y los ciudadanos que forman parte de los procesos turísticos también tengan la visión y el compromiso de devolver parte de sus beneficios a los bienes y lugares del patrimonio que generan esta riqueza.

Referencias bibliográficas

Bertonatti, C. Interpretación y turismo: ¿nos interesa dejar un mensaje al turista? *Boletín de Interpretación* Nº 12, pp. 2-4, 2005.

Bertonatti, C, Iriani, O. y L. Castelli. Los centros de interpretación como puntos de anclaje y manejo del flujo turístico. Libro de actas del IV Congreso Internacional “Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo” (16-18 junio 2010, Sevilla): 119-126. 2010.

Fernández Balboa, C. (comp.): *La Interpretación del Patrimonio en la Argentina*. Editorial Administración de Parques Nacionales: 196 págs. Argentina. 2007.

Fernández Balboa, C. y C. Bertonatti: *Plan de montaje del Centro de Interpretación Agua Brillante, Reserva Provincial Iberá.* Buenos Aires. 2006.

Ham, H. S.: *Interpretación Ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. North American Press. Estados Unidos. 1992.

Morales Miranda, J.: *Manual para la Interpretación Ambiental en Áreas Silvestres Protegidas*. FAO / PNUMA. Chile. 1992.

Morales Miranda, J.: *Guía práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante.* TRAGSA y Junta de Andalucía, Consejería de Cultura. 1998.

Salas Rojas, J. M. Interpretación y Uso público en Espacios Naturales Protegidos. En *Uso Público e Interpretación del patrimonio natural y cultural.* Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Sevilla. 2008.

Tilden, F.: *Interpreting Our Heritage*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill, NC. 1957.

Tilden, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio.* Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Sevilla. 2006.

Veverka, J. A.: *Interpretative Master Planning*. 162 págs. Acorn Naturalist, California. 1998.



Boletín de Interpretación

Depósito Legal: GR-1361/2002 - España **ISSN 1886-8274** **Número 23, septiembre de 2010**

BOLETINES ANTERIORES EN: www.interpretaciondelpatrimonio.com

***"La interpretación del patrimonio es el 'arte' de revelar* in situ**
el significado del legado natural o cultural,
al público que visita esos lugares en su tiempo libre"

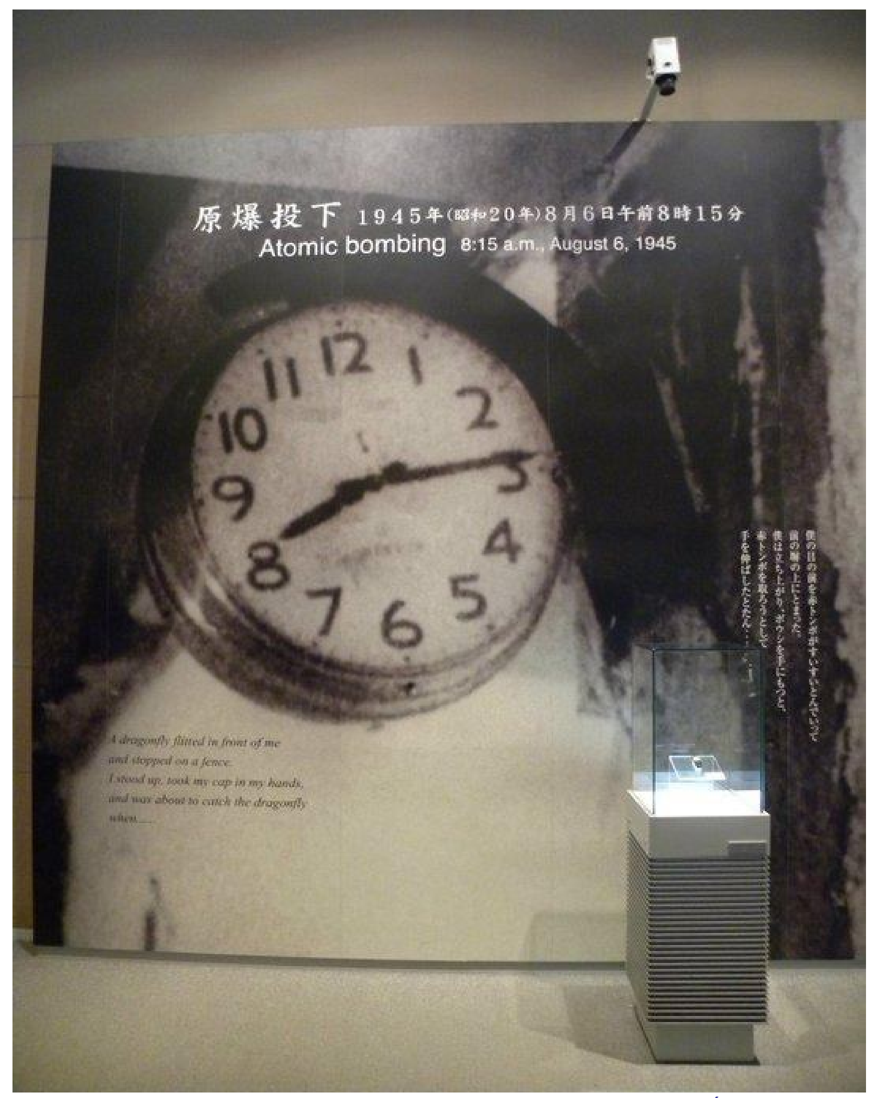


Foto: Óscar Navajas

Editores: **Jorge Morales Miranda y Francisco J. "Nutri" Guerra Rosado**

ESTE BOLETÍN